



Voici le fruit d'un mystérieux travail d'empaquetage où l'auteur, dans un élan ludique et foufou, s'amuse à entasser des mots et des noms, propres et communs, des bouts de phrases connues, des slogans publicitaires, en une centaine de listes intrigantes, rangées aléatoirement en chapitres et qui relèvent à la fois de l'esprit de système, de la «sémiologie brute» (comme on parle de l'art brut), de l'humour «générationnel», d'une sorte de poésie industrielle digne du pop art et de l'exercice oulipien façon Georges Perec. Cela semble ne servir à rien, et pourtant on s'y plonge avec délice et curiosité, comme à la recherche de gens dans le bottin du téléphone ou d'objets dans le catalogue Sears. Marc-Antoine K. Phaneuf aura la plupart du temps pioché, pour ramasser les stocks de ces réjouissants *Téléthons de la grande surface* dans l'immense et inépuisable lexique de la culture populaire générale, y mêlant ici et là quelques références aux arts dits élitistes. Ainsi trouve-t-on, à la liste joliment intitulée «Le chemin de croix», des choses aussi variées qu'une préface de Claude Grauveau (sic), un smoked-meat pornographique, *La revanche des nerds*, Luc Plamondon et le cancer de la bouche (Phaneuf fonctionne-t-il par association d'idées pour faire ses listes?). La maquette de couverture de cet invraisemblable catalogue de l'inutile est à l'image du titre: d'une hideur à prendre au troisième degré. S'il existe quelque chose comme la littérature psychotronique, *Téléthons de la grande surface* en est un bel exemple.

– Aleksis K. Lepage, collaboration spéciale

LEPAGE, Aleksis K., « Téléthons de la Grande Surface », *La Presse*, le dimanche 19 octobre 2008, cahier « Lectures », p. 7.